LES FORMATIONS D'ISSOUDUN

FORMATION DU 27 SEPTEMBRE 2027 AU 25 FÉVRIER 2028
DATE LIMITE DE DEMANDE DU DOSSIER : 04/03/27
DATE LIMITE D'ENVOI DU DOSSIER : 08/03/27

CHARGÉ DE DIFFUSION DE SPECTACLE – BOOKER – 2027/2028

PARCOURS CERTIFIANT - TITRE DE NIVEAU 5 - CHARGÉ DE DIFFUSION DE SPECTACLE - BOOKER - RNCP38909
ENREGISTRÉ AU RNCP PAR DÉCISION DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DE FRANCE COMPÉTENCES EN DATE DU 26/04/2024
ORGANISME CERTIFICATEUR : LES FORMATIONS D'ISSOUDUN

L'action de formation vise à former des booker·euses / chargé·es de diffusion capables d'exécuter, d'adapter et d'articuler des tâches au sein d'un cadre défini par l'employeur·se.

On emploie le terme de chargé·e de diffusion dans le spectacle vivant, le·la booker·euse évolue dans le secteur des musiques actuelles.

Le·la booker·euse et/ou le·la chargé·e de diffusion a pour fonction de commercialiser un spectacle auprès de diffuseurs locaux et notamment de monter des tournées.

Après avoir validé l'opportunité et la faisabilité du projet de diffusion, il·elle définit une stratégie de diffusion et des modalités d'exploitation du spectacle adaptées aux conditions d'accueil négociées avec les diffuseurs.

Il·elle met en œuvre et coordonne les ressources humaines, financières, techniques et logistiques de présentation du spectacle en s'appuyant sur des outils de communication et de contrôle du projet.

En fonction de son expérience, il·elle participe à la direction artistique de l'entreprise. Il·elle exerce une veille permanente de la filière musicale. Il·elle étudie les opportunités de signatures de nouveaux projets et en évalue la faisabilité.

Débouchés et suite de parcours possibles

Débouchés : Booker·euse, chargé·e de diffusion, assistant·e booking, responsable de pôle booking

Employeur·ses : Producteur·rices de spectacles, tourneurs, compagnies …

Possibilité de poursuivre un parcours à partir d'une Licence 3



Condition d'accès et délais
Sur dossier et entretien

Effectif
Environ 16 places

Pré-requis

- Connaissance du secteur musical et/ou des expériences bénévoles au sein de la filière
- Niveau Bac
- Anglais B1 souhaité
- Maîtrise de la navigation internet et de la messagerie
- Maîtrise des logiciels de traitement de texte et des tableurs
- Maîtrise des opérations courantes (+, -, /, x, pourcentages ...)
- Disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet pour les séquences à distance

Public visé
Demandeur·ses d'emploi, salarié·es, intermittent·es du spectacle, publics spécifiques, agents publics, particuliers

Profil des stagiaires
Personnes ayant déjà une ou de(s) expérience(s) dans le secteur et ayant défini leur projet professionnel. Personnes en reconversion ayant défini leur projet professionnel.

Durée de la formation
672 heures
(476 heures en centre / 196 heures en entreprise)

Lieu de formation théorique
Les Formations d'Issoudun
PIAF, rue du Bat le Tan 36100 Issoudun

Dates *(sous réserve de modification)*
Du 27 septembre 2027 au 25 février 2028
En centre : du 27 septembre 2027 au 14 janvier 2028; et les 24 et 25 février 2028
En stage pratique : du 17 janvier au 23 février 2027

Rythme et horaires
32h/semaine dont 28 h en présentiel du lundi au jeudi
Horaires : 9h-12h30 / 14h-17h30
Vendredi : distanciel et/ou présentiel 4 heures

Coût de la formation *(sous réserve de modification)*
6 500€ net de taxe

Mode de financement
Région Centre-Val de Loire pour les demandeur·ses d'emploi (places disponibles limitées). Autres dispositifs existants : OPCO, CPF, France Travail, financement individuel d'autres régions, autofinancement, cofinancement...

Modalités
Présentiel
Distanciel
Synchrone
Asynchrone

Méthodes pédagogiques
Méthodes actives
Pédagogie inversée
Pédagogie des situations
Intelligence collective

Moyens pédagogiques
Salles de cours équipées d'un tableau blanc, d'un écran de projection, d'un système de sonorisation et de projection
Connexion haut débit, prêt de matériel informatique si besoin
Supports multimodaux (vidéos, papier, numériques...)
Plateforme LMS



Évaluation
Acquis de la formation :
Évaluations formatives (questionnaires, cas pratiques, mises en situation)
Examen écrit (cas pratiques, mise en situation)
Analyse d'une situation de travail
Entretien avec un jury
Mesure de la satisfaction :
Évaluation du dispositif de formation à chaque fin de module et en fin de formation

Sanction
Attestation de fin de formation
Sur décision du jury de certification, validation (totale ou partielle) du titre de Chargé de diffusion de spectacle - booker (RNCP38909)

Suivi de la réalisation
Émargement par ½ journées
Attestation d'assiduité

Accessibilité
Locaux adaptés aux personnes en situation de handicap
Pour plus d'information ou connaître les modalités d'adaptation de la formation, contactez notre Référente Handicap, Mireille Bedu (mireille.bedu@lfissoudun.org)

Parcours individualisé
La formation est modularisée, il est possible de suivre des modules indépendamment en fonction de son projet professionnel.
Pour plus d'informations, contacter l'équipe pédagogique (pedagogie@lfissoudun.org).

Formateur·rices pressentie·es
Les formateur·rices sont des professionnel·les du secteur
Fanny Landais,Sylvain Deschaux, Lilian Rispail, Marie-Line Clavo, Ophélie Herraire, Mathieu Duffaud, Julie Planchais, Marie Favre, Lucas Poligné, Pierre Alberici, Clément Berteloot, Dany N'Guyen, Aurore Voisin, , Coline Passeron, Delphine Pirès, Jean-Jacque Toux, Clotilde Opart-Arnaud, Romain Piquerez, Mathilde Quint, Manu Lebrun

Objectifs opérationnels
À l'issue de la formation, le ou la stagiaire est capable de :

- Analyser le potentiel artistique et commercial d'un spectacle musical et en définir la direction artistique
    - Évaluer le potentiel artistique et commercial de projets musicaux en effectuant une veille artistique et en s'appuyant sur son réseau professionnel, sa connaissance de la filière et les médias afin d'identifier de nouvelles signatures d'artistes potentielles.
    - Évaluer l'opportunité de signature d'un artiste en s'appuyant sur des critères explicites afin de justifier l'engagement de l'entreprise.
    - Négocier les conditions de collaboration entre l'artiste et le producteur de spectacles en définissant des objectifs artistiques et financiers afin de finaliser un contrat adapté au projet défini avec l'artiste au regard de sa stratégie globale.
    - Définir les moyens de production du spectacle avec l'équipe de production en prenant en compte des enjeux de RSE pour créer un spectacle respectueux de la direction artistique du projet de l'artiste.
    - Définir une ligne artistique à partir des critères artistiques et commerciaux conformes à la politique de l'entreprise afin de constituer un catalogue d'artistes.

- Mettre en place une stratégie de diffusion d'un spectacle
    - Élaborer le plan marketing en définissant le territoire, la promotion, le public visé et les tarifs en s'appuyant sur des objectifs artistiques et commerciaux et en prenant en compte les enjeux de transition écologique. afin de formaliser la stratégie commerciale de l'exploitation d'un spectacle
    - Animer un réseau de partenaires en entretenant des relations interpersonnelles et en organisant un dispositif de communication pour pouvoir mobiliser les acheteur.euses les mieux à même d'acheter les spectacles proposés.
    - Cibler les programmateur·rices ayant de possibles intérêts pour le projet de tournée au sein des réseaux de diffusion en s'appuyant sur leurs profils, leur zone géographique et les contraintes du plan marketing pour sécuriser les négociations et la diffusion du spectacle.
    - Définir les périodes d'exploitation d'un spectacle en prenant en compte l'agenda de l'artiste et les échéances du producteur et des organisateurs afin de sécuriser les temps de commercialisation et d'organisation de la tournée.
    - Établir un budget prévisionnel en collaboration avec la production en organisant les dépenses et les recettes dans un tableur informatique afin de contribuer au pilotage financier du projet.

- Mettre en oeuvre la diffusion d'un spectacle
    - Utiliser une base de données client / un CRM en prenant en compte la taille des lieux, leur situation géographique, leur capacité à accueillir les spectacles et les public, leurs spécificités afin de sélectionner les lieux adaptés à la stratégie de diffusion
    - Diffuser un argumentaire de promotion et de vente basé sur des critères artistiques, commerciaux, de notoriété de l'artiste et sur son actualité afin de convaincre les acheteur.euses potentiel.les.
    - Négocier les conditions financières, techniques & logistiques du spectacle avec les programmateur·ices en établissant un deal memo, en respectant les objectifs financiers, la stratégie de diffusion et en s'assurant que la salle est capable d'accueillir le spectacle afin de contractualiser la vente d'un spectacle.
    - Établir le routing de la tournée en prenant en compte les distances, les temporalités, les modalités de transports, les enjeux écologiques et les situations de handicap au sein des équipes afin de respecter les contraintes budgétaires et de préserver la santé des salariés.
    - Communiquer aux parties prenantes les informations liées à la technique, la logistique, la communication, l'administration en utilisant des outils de contrôle et de coopération afin de garantir le bon déroulé de la tournée.

PROGRAMMATION ET ORGANISATION DE LA FORMATION

INTÉGRATION À LA FORMATION - 28H

- Faire connaissance avec l'ensemble des stagiaires et de l'équipe permanente LFIssoudun
- Visiter la ville d'Issoudun et connaître ces différentes activités
- Effectuer toutes les démarches administratives liées à l'entrée en formation
- Se familiariser avec le programme de la formation et les orientations pédagogiques de la formation
- Prendre connaissance du règlement intérieur

INSERTION PROFESSIONNELLE - 57H

- Définir son projet professionnel à court, moyen et long terme
- Définir ses enjeux et ses objectifs de formation
- Elaborer une stratégie d'insertion professionnelle en fin de formation
- Définit une stratégie de recherche de stage en fonction de ses enjeux et objectifs de formation

COMPÉTENCES TRANSVERSALES - 4H

- Travailler en équipe dans le respect de chacun·e
- Gérer des informations et respecter des consignes
- Gérer ses émotions et des conflits au sein d'un groupe de travail
- Agir face aux imprévus
- Communiquer de manière claire à l'oral et à l'écrit
- Acquérir les compétences attendues par le référentiel RECTEC et RECTEC+

ÉCOSYSTÈME DE LA FILIÈRE MUSICALE - 28H

- Décrire l'organisation de la filière musicale de manière claire, en employant le bon vocabulaire et en désignant correctement les métiers et les activités pour communiquer avec les professionnels du secteur
- Identifier les acteurs , leurs enjeux et leurs interactions contractuelles et financière
  Identifier la chaîne de production et de commercialisation de la musique enregistrée et du live
- Identifier le système de collecte et de répartition des droits d'auteurs et des droits voisins

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ORGANISATIONS - 43H

- Contribuer à la transition écologique en respectant l'environnement dans son activité et ses pratiques professionnelles
- Prévenir les violences sexistes et sexuelles dans le cadre de son activité professionnelle
- Prévenir les risques psychosociaux dans le cadre de son activité professionnelle et les enjeux juridiques associés
- Accueillir des personnes en situation de handicap dans le cadre de son activité professionnelle
- Prendre en compte la parité dans son activité professionnelle
- Prendre en compte les enjeux de sécurité informatique et de protection des données dans son activité professionnelle
- Utiliser l'intelligence artificielle de manière responsable

SST-SAUVETEUR SECOURISTE DU TRAVAIL-14H

- Maîtriser les geste de premiers secours
- Protéger et sécuriser une personne
- Transmettre les informations essentielles sur la situation et l'état de la victime
- Prévenir les risques professionnels.

PRÉPARATION À LA CERTIFICATION - 42H

- Préparer la certification
- Renforcer les compétences non acquises ou en cours d'acquisition

FINANCEMENT - 14H

- Identifier les différentes modalités de financement publics et privés
- Mobiliser des financeurs publics et/ou privés en respectant les critères définis

TABLEUR INFORMATIQUE - 28H

- Créer une matrice budgétaire à partir d'un tableur
- Intégrer les obligations légales dans son budget (TVA, SACEM, CNM...etc)
- Identifier les différents types de budget.
- Maîtriser les principales formules de calculs et de pourcentages

DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL - 14H

- Acquérir le vocabulaire professionnel adapté
- Négocier des conditions logistiques, techniques et financière
- Mobiliser l'anglais dans son activité professionnel
- Identifier les principaux événements professionnel à l'étranger
- Pitcher un projet musical en anglais

DROIT DU TRAVAIL ET CONTRAT - 28H

- Identifier les obligations légales liées au droit du travail
- Chercher des informations dans une convention collective
- Comprendre le système d'indemnisation du régime d'intermittence du spectacle
- Identifier les contrats de la filière musicale
- Mobiliser les contrats d'engagement, de cession, de co-réalisation et de co-production, d'artiste, de licence, de préférence, de cession d'oeuvre et le mandat de représentation de le cadre de son activité

BLOC 1 - DIRECTION ARTISTIQUE D'UN PROJET DE SPECTACLE - 63H

- Analyser une oeuvre musicale en identifiant ses influences artistiques, son contexte social et technologique
- Identifier un courant musical à partir de l'écoute d'une oeuvre
- Identifier les critères à prendre en compte pour programmer un événement musical
- Définir les compétences et les tâches attendues du métier de programmateur.trice
- Identifier les critères à prendre en compte dans une analyse d'opportunité
- Analyser les caractéristiques artistiques d'un projet de spectacle musical
- Analyser le potentiel commercial d'un projet de spectacle musical
- Identifier les tendances artistiques et commerciales du marché dans le cadre d'une étude d'opportunité
- Effectuer une analyse de type SWOT pour étudier l'opportunité d'un projet
- Constituer un catalogue d'artistes en cohérence avec la direction artistique souhaitée ou imposée.
- Définir un direction artistique en définissant des critères artistiques et commerciaux
- Analyser un catalogue d'artiste et en expliquer la direction artistique
- Définir les principales clauses d'un contrat
- Évaluer les marges de négociation d'un contrat
- Négocier les conditions d'exécution d'un contrat
- Rédiger un deal memo pour synthétiser un accord et servir de base à la rédaction du contrat

BLOC 2 - STRATÉGIE DE DIFFUSION D'UN SPECTACLE - 35H

- Définir des objectifs à atteindre dans le cadre de la production et la commercialisation d'un spectacle musical
- Définir un plan marketing en définissant le public, le territoire, le prix, la promotion et le produit
- Présenter sa stratégie de manière claire et concise
- Définir les modalités d'exploitation
- Choisir les réseaux de diffusion adaptés à la stratégie adoptée
- Définir le routing d'une tournée
- Identifier les sources de veille artistique et économique du secteur musical
- Mobiliser son réseau professionnel pour consolider son analyse
- Identifier les différents réseaux professionnels
- Animer son réseau professionnel
- Créer une matrice budgétaire en utilisant les fonctionnalités et les formules d'un tableur en ligne
- Définir les dépenses nécessaires pour mener à bien un projet de tournée et atteindre les objectifs
  Définir les recettes permettant de financer les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs
- Chiffrer correctement les éléments budgétaires
- Identifier les marges de manœuvre et procéder aux arbitrages nécessaires pour équilibrer le budget
- Définir les actions à mener pour atteindre les objectifs du projet
- Définir les périodes d'exploitation d'un spectacle
- Planifier les actions à mener pour tenir les délais en fonction des temporalités en prenant en compte le calendrier de l'artiste
- Anticiper les aléas en proposant des marges de manoeuvre
- Créer un planning lisible et complet avec un outil de planification efficace

BLOC 3 - MISE EN OEUVRE DE LA DIFFUSION D'UNE TOURNÉE - 63H

- Élaborer un argumentaire de vente
- Identifier les réseaux de diffusion et leurs spécificités
- Cibler, contacter et relancer les organisateurs en fonction de la stratégie mise en place
- Identifier les points de négociation à prendre en compte dans la vente d'un spectacle
- Négocier les aspects, financiers, logistiques, humains, et techniques avec un.e programmateur.trice
- Communiquer l'ensemble des informations financières, logistiques, techniques et administratives aux services concernés
- Rédiger un deal memo entre le producteur de spectacles et un organisateur qui servira de base à la rédaction du contrat
- Choisir le mode de contractualisation adapté à chaque négociation
- Sélectionner et organiser les informations utiles à l'élaboration d'un fichier client.
- Utiliser une base de données ou un CRM
- Créer une base de données adaptée à son activité
- Communiquer les informations aux parties prenantes
- Utiliser les bons outils de coordination et de suivi de projet

ÉPREUVES DE CERTIFICATION - 15H

STAGE - 196H

Scannez-moi
pour découvrir tous nos réseaux

Scannez-moi
pour accéder à la fiche formation

Formations organisées avec le concours financier de la Région Centre-Val de Loire et de :
- l'Union Européenne. L'Europe s'engage en région Centre-Val de Loire avec le Fonds Social Européen.
- L'État dans le cadre du pacte régional investissement pour les Compétences.
Se former aux métiers du secteur des musiques actuelles - booker·euse / 2027-2028 / Issoudun